

取次店なしで118万部



日本には約3,700社もの出版社が存在する。その中で書店と直接取引をする新発想で業績をぐんぐん伸ばしているのがディスカヴァー・トゥエンティワン（本社＝東京・平河町）だ。出版不況の中、『超訳 ニーチェの言葉』は118万部を超えた。ヒットを生み出す背景や仕事の内容など、中央大学文学部2004年卒で同社営業部統括リーダーの佐藤昌幸氏（33）に聞いた。

OB

探訪

新発想の出版社

ディスカヴァー・トゥエンティワン
佐藤 昌幸氏

ヒット作をつくる

聞き手 学生記者 矢嶋万莉子（法学部4年）

本の置き場を変える

——ヒットを生んだ仕事に興味があります。日々の業務を教えてください

佐藤氏 「私は現在、首都圏エリア営業の統括をしています。首都圏の約450～500店の書店さんとフェイストゥフェイスで取引をして、本の紹介やプロモーションの提案などを行っ

ています。自分が手がけた本が何万部売れるか、ヒットを出せるか。仕事の魅力はここですね」

——取次を通さない出版社ということで従来とは違う形態だと思います。書店側の反応に変わったところはありますか

佐藤氏 「そうでもないです（笑）。かつては、やりにくさもあったかもしれませんが、今はどちらかというと書店さ

んのほうから“面白いことをやりたい”と言ってくれます。こちらも等身大の目線で、お客さまに本を手にとってもらえるよう工夫します。商品はそれぞれが強みを持っているので、それを引き出すのが腕の見せどころですかね」

——引き出すというのは

佐藤氏 「書店には、書店が作っている本の流れがあります。文芸書、ビ

超ベストセラー

ビジネス書、新書、語学、学参、医学書、コミック等々、店舗それぞれで力を入れている部分が異なり、独自のカラーがあります。文脈という言い方もします。でも、その書店の文脈通りに本を並べれば売れるとは限りません。例えば武術家・甲野善紀(こうの・よしのり)さんの共著、『「筋肉」よりも「骨」を使え!』(同社刊、ことし5月発売)の営業では、武道系の書棚はもちろん、健康に関するコーナーや中高年が寄りそうなどところにも新たに置いてもらいました。商品に自信がありましたが、こうした工夫をすることで売り上げが伸びると、書店さんに喜んでいただける、私どももうれしいものです」

——本の置き場を変えれば、より多くの人の目に留まりますね

佐藤氏 「私たちの仕事は、読者と本が出会う場所を作ることだと考えています。本の良いところは、人に紹介することができる。1つきっかけがあれば広がっていくので、それを作り出すことがやりがいであり難しさでもありますね。『ニーチェ〜』もあんなにヒットするとは当初思いませんでした」

もっと知りたい

『超訳 ニーチェの言葉』は2010年1月に発売した。本の帯に「人生を最高に旅せよ!」とある。19世紀の哲学者ニーチェ。実は彼は、ほとぼるの生気、不屈の魂、高みを目指す意思に基づいた、明るく力強い言葉を残している。本書はそれらの中から現代人のためになるものを選別した=同社HPから。

20万部×年5本の ヒット目指す

——『超訳 ニーチェの言葉』が2011年にベストセラーになりました。会社の雰囲気はいかがでしたか?

佐藤氏 「正直覚えてないです。ベストセラーを目標に据えてからはとにかく必死でした。10万部売れるごとに、表紙タイトルの色を変える、クリスマス時期にはグリーン&レッドというように。限定色も作る。大阪・梅田の大きな書店さんでは、半日で300冊売れました。1日10冊売れると“すごい”と言われる世界です。書店さんのほか、本を映画館に置いてもらう、CVS(コンビニ)で流通させる、他の出版社とコラボしたプロモーション企画を立てるなど、他を巻き込んで営業しました」

——先日、ある演劇の会場に置いてあるのを見ました

佐藤氏 「今でも売れ続けているのはすごいと思います。ボクシングの村田諒太さんや、サッカー日本代表の長谷部誠さんら世界と戦うスポーツ選手が読んでくださっているという話を聞くと、本当に多くの方が手に取ってくださったのだと実感します。ただ悔しいことに、『ニーチェ〜』をはじめ、ディスカヴァーの今までのヒットはどちらかというと、なぜか地方や関西から流れが始まっています。私個人としてはやはり、東京型のハイセンス

で時代を先取りする本を作りたいと考えています。そこで…」

——何をしたのですか

佐藤氏 「会社に訴えました。首都圏に力を入れたいと。幸い受け入れてもらい、ことしから首都圏営業チームができました。自分の目標として、20万部超のヒットを年に5本以上出す。達成するため日々、仕事に取り組んでいます」

——会社に、チャレンジしていく熱気がありますね

佐藤氏 「社訓が『すぐやる なりきる とことん楽しむ』なので、挑戦しやすい風土だと思います。実際に私たち営業の発案から本ができることも多いです」

日本中の書店を巡りたい

——学生時代に戻って、就職活動を教えてください

佐藤氏 「サークルに所属し、大学3年の11月まで主将をしていました。就活を始めたのは主将を退いてからです。遅かったほうですね。本に関わる仕事をしたいと考えていました。そのころ、東京・神保町に『マスコミ寺



巻き藁斬りの稽古風景。居合は、技の型を通じて、刀法を学びます。そのため、日頃は、型稽古が中心となるため、定期的に、巻き藁斬りの稽古をします。置表を水に一晩漬け、人体と同じ硬さになるよう、巻き藁を作り、試し斬りの稽古をします。力むと、刀が弾かれてしまうので、最初は、男性よりも女性のほうがスパスパ斬ります=本人提供

子屋『ペンの森』があると知って通い始めました。新聞社のベテラン記者の指導のもとに記者やマスコミ志望者が多く出入りしていて、ちょっとした梁山泊みたいでした(笑)」

もっと知りたい

梁山泊(りょうざんぱく)とは、中国山東省兗州(えんしゅう)の南東、梁山の麓にあった沼沢。天険の地で、宋代、宋江、林冲らがここにたてこもったという故事が『水滸伝』に記されてから、豪傑や野心家の集まる場所というようになった(大辞泉)

佐藤氏 「それが4~5カ月続いて、同時に新聞の求人広告を見ては興味がある出版社に履歴書を送りました。秋採用でディスカヴァーと出会ったわけです」

——ディスカヴァー社に決めたのは

佐藤氏 「日本中の書店を回りたいと思っていました。茨城にある実家近

くの書店が次々に閉店して、2km先まで行かないと本屋さんがないような状況が根底にあります。私は出版社をマスコミではなくメーカーとして見ていました。ものづくりです。そういったところも合ったのしょうね」

——就活が終わって10年目です。学生と違うところは、どんなことで

佐藤氏 「その業界のプロフェッショナルに近づけているのではないのでしょうか。数字を冷徹に見るようになりました。一つの数字の裏にある意味まで、読み取ろうとする意識がついたと思います」

——変わらないことって、ありますか

佐藤氏 「物事に執着するところは変わらないと思います。好奇心からの行動力でしょうか。浅く広くてもよいので、良いものを見るようにしています。社会人は学生と違って精神的にも物理的にも行きたい場所に行けるようになるので、さまざまな業界の

人に会うこともできます」

——中大生にメッセージをお願いします

佐藤氏 「中大生であることにもっと誇りを持って良いと思います。企業から見ても、中大生は真面目な学生が多いと思われています。先輩には各業界にすごい人がたくさんいます。そうした存在は、学生にはあまり知られていないように思いますが、社会で活躍するすごい人たちとぜひ積極的に会って行って、どんどん刺激を受けてください」

——きょう私は、すごい刺激を受けました。ありがとうございました



佐藤さん(右)は学生記者・矢嶋のインタビューに優しく答えてくれた=同社本社



■ 本のプロフェッショナル、佐藤昌幸氏のお勧めの本

▽『木村政彦はなぜ力道山を殺さなかったのか』

(増田俊也著、新潮文庫)

「この十数年でいちばん感動した本です。めちゃくちゃ面白いですよ」

▽『星の王子さま』

(サン・テグジュペリ著、河野万里子訳、新潮文庫)

「絵本作家に、大人になってから読むといいですよ、と勧められました。冒頭から引き込まれます」

▽『2階から卵を割らずに落とす方法』

(ショーン・コノリー著、ディスカヴァー・トゥエンティワン刊)

「この本の編集者は、東大の理学部で博士号を取ったにも関わらず、研究者から編集者になった変わり者で、彼の個性がとても表れている一冊です。彼の作る科学の本は面白いです。いつの間にか、科学発展の歴史が分かります」